

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

いい、暮らし。まつやま ワンストップ移住支援事業 ～発信・体感・就職の3ステップによる総合対策～

2 地域再生計画の作成主体の名称

松山市

3 地域再生計画の区域

松山市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地域の現状

(概況)

松山市は、瀬戸内海に面し、四国の北西、愛媛県の中央部に位置する。北東部には、高縄山系、東部には石鎚山系が連なり、この両山の間、石手川、重信川などによって形成された扇状地である松山平野が広がっている。気候は、温暖な瀬戸内気候であり、平均気温は 16.5℃で、同じく瀬戸内海に面する高松市より若干高い。年間降水量は約 1,300mm と少なく、6月に降水量が多く、12月に少ない夏雨型である。台風の通過も四国内では少なく穏やかな気候である。

本市は、明治 22 年に全国 39 番目の市として発足し、当時の人口は約 3 万 3 千人であったが、平成 17 年 1 月に、旧松山市、隣接する旧北条市及び島嶼部である旧中島町の 2 市 1 町が合併して現在の松山市となり、平成 27 年 4 月時点で約 51 万 5 千人、面積約 429 k m²の四国で最大の人口を擁する都市である。



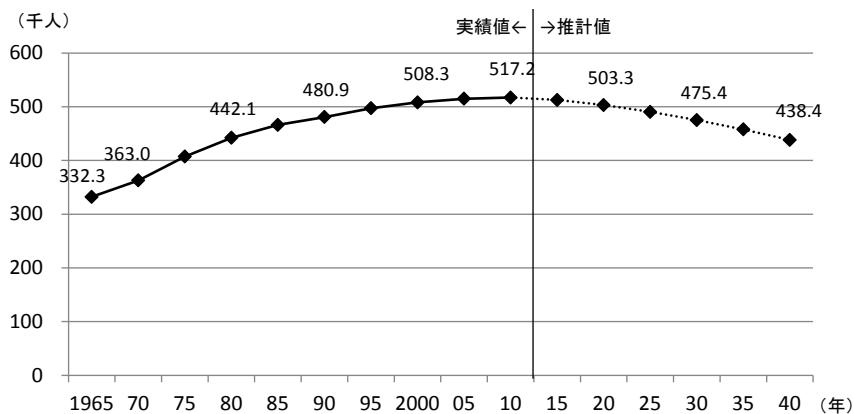
(人口推移)

本市は四国最大の人口を擁する都市であるが、全国の地域に共通する喫緊の課題である人口減少社会への対応は、本市も例外ではなく、昭和40年（1965年）以降一貫して増加を続けていた総人口は、平成12年（2000年）に50万人を超え、平成22年（2010年）には51万7千人となった（表1）。しかしながら、転入転出などの社会増減は変動を繰り返しているものの（表2）、出生数・死亡数に係る自然増減は平成22年（2010年）以降減少に転じており（表3）、人口減少局面に入ったとみられる。

本市の地方創生として平成28年1月に策定した「松山創生人口100年ビジョン・先駆け戦略」では、自然減の歯止めと社会増の維持・向上による人口の安定と若返りを通じて人口減少問題の克服に取り組むとともに、避けることのできない人口減少社会に備え、市内総生産の維持等による暮らしと経済を守るまちづくりを推進していくことを掲げている。

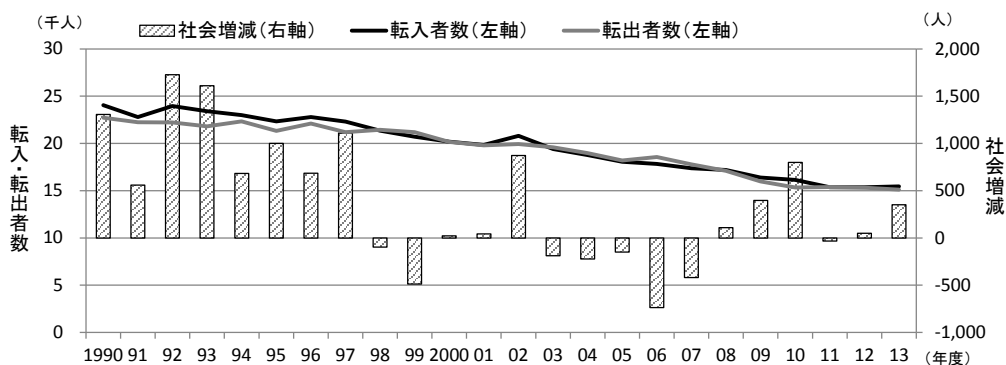
特に、「松山への定着と新しい人の流れをつくる（移住定住対策）」を積極戦略の一つとし、その達成のために移住定住対策により東京圏、関西圏からのUターン・Iターンの促進と学生をはじめとする若者世代及び高齢者の流入・定着促進に取り組むこととしている。

表1：松山市総人口の推移（将来予想）



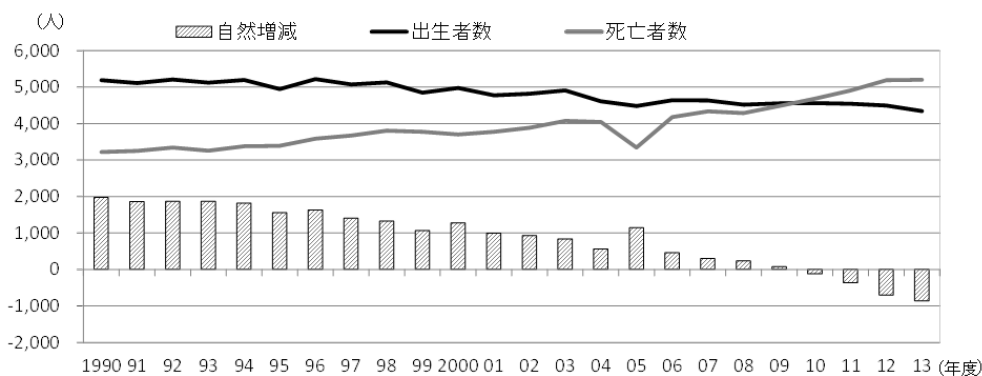
(資料) 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）」

表 2：松山市の社会動態



(資料) 公益財団法人国土地理協会「住民基本台帳人口要覧」

表 3：松山市の自然動態



(資料) 公益財団法人国土地理協会「住民基本台帳人口要覧」

(産業)

平成 22 年の国勢調査によると、本市の産業別就業者数は、第 1 次産業従事者が 3.5%、第 2 次産業が 18%、第 3 次産業が 78.5%となっており、県平均の第 1 次産業 8%、第 2 次産業 23.8%、第 3 次産業 68.2%と比較すると、第 3 次産業のウェイトが高い。産業分類別では、就業者数が最も多いのは「卸売、小売業」で全体の約 2 割を占め、次いで「医療、福祉」が約 1 割を占めている (表 4)。

本市の労働力人口は、平成 22 年 255,352 人で、平成 17 年 250,057 人と比較すると、2.1%の増加となっているが、年齢構成別では、若年層(15~34 歳)の人口流出が著しく、平成 22 年 74,211 人で、平成 17 年 79,558 人と比較すると 6.7%の減少となっている (表 5)。

表 4 :
松山市産業別就業者数・構成比【2010年】

(単位:人)

産業分類	就業者数	
	実数	構成比
総数	234,364	100%
農業	7,539	3.2%
林業	158	0.1%
漁業	390	0.2%
鉱業、採石業、砂利採取業	18	0.0%
建設業	18,760	8.0%
製造業	23,502	10.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	939	0.4%
情報通信業	5,806	2.5%
運輸業、郵便業	11,466	4.9%
卸売業、小売業	45,059	19.2%
金融業、保険業	7,951	3.4%
不動産業、物品賃貸業	4,364	1.9%
学術研究、専門・技術サービス業	6,512	2.8%
宿泊業、飲食サービス業	16,347	7.0%
生活関連サービス業、娯楽業	9,772	4.2%
教育、学習支援業	11,526	4.9%
医療、福祉	30,779	13.1%
複合サービス事業	1,780	0.8%
サービス業(他に分類されないもの)	13,725	5.9%
公務(他に分類されるものを除く)	8,177	3.5%
分類不能の産業	9,794	4.2%
第1次産業	8,087	3.5%
第2次産業	42,280	18.0%
第3次産業	183,997	78.5%

(資料) 総務省 平成 22 年国勢調査

表 5 :
松山市労働力人口の推移

(単位:人)

年齢	平成17年	平成22年
15～19	4,884	4,366
20～24	20,760	19,229
25～29	25,580	24,036
30～34	28,334	26,580
35～39	25,275	30,655
40～44	25,820	27,247
45～49	26,137	26,732
50～54	27,883	25,954
55～59	29,391	26,178
60～64	16,808	23,214
65～69	9,116	10,794
70～74	5,431	5,328
75～79	3,091	2,960
80～84	1,140	1,511
85歳以上	407	568
総数	250,057	255,352

(資料) 総務省 平成 17、22 年国勢調査

4-2 当該地域の課題

近年、本市の社会動態は、転入超過と転出超過を繰り返し、直近の 2014 年では若干の転出超過がみられる中で、東京圏・関西圏をはじめとした若者の県外転出超過が顕著である一方、県内転入超過の減少が予測されることから、今後、全体としての転出超過の常態化が懸念されている。

また、首都圏・関西圏を対象とした都市イメージ調査によると、他市と比較して 50 代及び 60 代の認知度は高いが、20 代、30 代の若年層の認知度が低い調査結果が出ており、将来的な移住定住・観光・産品購入の動機付けのためには、特に東京・大阪などの都市部の若い世代に松山を理解してもらうことが重要となっている。

4-3 地域再生計画の目標

「国土形成計画の推進に関する世論調査」(内閣府、平成 27 年 10 月)によると、希望する移住先について、出身地であることに次いで、テレビやインターネットを通じて魅力を感じている地域が 2 位となっている。

また、「愛媛県外に住む松山市出身者の U ターン意向調査」(松山市、平成 27 年 6 月)によると、U ターンする際にあれば良いサポートとして、「就職支援」「説明会の開催」「ワンストップ窓口の設置」が上位にあがっている。

そこで、上記の課題を解決するため、各種プロモーションを実施し都市イメージの向上につなげるとともに、相談窓口や移住セミナーの開催、移住体感ツアーの開催や就職支援の取組みを実施することにより、特に、東京圏、関西圏からのUターン・Iターン促進と学生をはじめとする若者世代の流入・定着促進につなげるものである。

【数値目標】

	27年度 基準年	28年度	29年度	30年度 最終目標
目標 1				
社会移動数（転入数－転出数） （人）	300人	0人	0人	0人
目標 2				
県外からの移住者数（件）	117件	150件	200件	250件
目標 3				
移住に関する相談件数（件）	135件	150件	170件	190件

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

松山市は、県庁所在市の中で全国一家賃が安く、通勤時間も短いため余暇時間の長さも全国一であるほか、「主婦が幸せに暮らせる街ランキング全国5位」、「老後難民にならないための移住」をテーマに、数多くのメディアで松山移住が紹介されるなど、若い世代およびシニア世代双方に住みやすい魅力を有している。この地域特性を活かして、特に、東京圏、関西圏からのUターン・Iターン促進と学生をはじめとする若者世代及び高齢者の流入・定着促進に軸を置き事業を実施する。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金：[A 3 0 0 7]

(i) 事業主体

松山市

(ii) 事業の名称及び内容

1. いい、暮らし。まつやま ワンストップ移住支援事業

「住みやすい」という市内外からの評価を活かし、興味から体験そして移住へつなげていくため、『①情報発信』『②移住支援』『③就職支援』

の3つの取組みを一体的に取り組む。

- ① 松山の魅力を情報発信し移住候補地としての松山の認知の獲得
本市の全国的な知名度・魅力度や都市イメージの向上を図るため、フリーペーパーの発行やメディアを活用して本市の多彩な魅力や価値を情報発信力の高い首都圏から全国へ発信するなど、戦略的なシティプロモーションを実施する。
- ② 移住相談体制及び体験機会の充実
首都圏、関西圏からのIターン、Uターン促進と若者世代の流入・定着促進に軸を置き事業を実施する。
- ③ 若者のUターン・Iターン就職及び定着を支援
情報発信及び移住支援と連動し、新たに若者のUターン・Iターン就職及び定着支援に取り組む。
※事業内容については、平成28年秋に設置予定の移住支援チームにおいて、協議し具体化する。

(iii) 当該事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

- ・総合戦略の計画期間（平成31年度）までは、選択と集中により、本市一般財源を確保し、事業を継続していきたいと考えており、本事業の効果を検証する中で、将来的な事業の仕組みを目指す。

【官民協働】

- ・移住相談や就職相談、創業支援などの様々な項目について、連携して支援する体制を確立し、官民協働により、移住定住の促進を図る。
- ・行政が事業の推進主体となるとともに、移住にかかる総合相談窓口を設置し、移住相談や就職相談、創業支援、住宅相談などの様々な項目について、各種団体・企業と連携して対応し移住定住の促進を図る。
- ・民間の移住支援団体は、自らが移住経験のあるスタッフを数多く在籍し、職種も様々であることを活かし、移住経験者の立場から相手方の立場にたった相談を実施する。

【地域間連携】

- ・平成28年度に、松山圏域3市3町が連携中枢都市圏を形成する予定で

あり、当該取組についても関係市町と連携して、松山圏域全体の定住人口拡大を目指す。

【政策間連携】

- ・松山市版総合戦略の積極戦略のひとつである「移住定住対策」を進める中で、結婚を切り口にした移住推進により「少子化対策」、様々な人材の流入による「地域経済活性化」など、他の積極戦略にも関連付けて、全体として地方創生に対して効果を発揮する事業とする。

【事業推進主体の形成】

- ・松山市、就職支援団体、金融機関、大学・専門学校、移住支援団体などで構成する「まつやま移住支援連携チーム（仮称）」を設立し、移住相談や就職相談、創業支援などの様々な項目について連携しながら取り組み、総合的な事業展開を図る。

【地域社会を担う人材の育成】

- ・移住者同士のコミュニティを確立するとともに、民間の移住支援団体と連携して、移住検討者との相談会や体感ツアーにも積極的に参加していただくことにより、移住推進について積極的に発信・受け入れができる人材の育成につなげていく。

(iv) 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

	27年度 基準年	28年度	29年度	30年度 最終目標
目標 1				
社会移動数（転入数－転出数） （人）	300人	0人	0人	0人
目標 2				
県外からの移住者数（件）	117件	150件	200件	250件
目標 3				
移住に関する相談件数（件）	135件	150件	170件	190件

(v) 効果検証の方法、時期及び体制

総合戦略等の策定に関し議論いただいた「松山市地方創生懇話会」のメンバーを核として、総合戦略を推進していくための民間主体の推進組織「人

口減少対策推進会議」を平成 28 年 8 月頃を目処に設置する予定としている。

本事業の効果検証については、平成 29 年度の早い段階で、KPI の達成状況やその他の効果等をまとめたうえで、当該組織から意見を聴取し、最終的には、庁内組織である「松山市人口減少対策推進本部」で検証結果を取りまとめ、総合戦略の見直しに反映させる予定である。

また、本市及び「人口減少対策推進会議」の HP 等を活用して、検証結果を速やかに公表し、透明性を確保する。

(vi) 交付対象事業に要する費用

交付対象事業 3 か年の総事業費 186, 237 千円

(vii) 事業実施期間

地域再生計画認定の日から平成 31 年 3 月 31 日まで

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

イ 里島活性化・お試し移住推進事業

事業の概要：

本市島しょ部（有人 9 島）は、過疎化・少子高齢化が急速に進んでおり、島を取り巻く環境は極めて厳しい状況となっていることから、お試し移住ができる環境を整備し、婚活イベントの実施による出会いの創出を図り、自然豊かな里島を情報発信することで、移住定住の促進及び地域の活性化を図る。

事業主体：

松山市

国の補助制度：

離島活性化交付金（国土交通省）

事業期間：

平成 28 年度～

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成 31 年 3 月 31 日まで

7 目標の達成状況にかかる評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

本計画に掲げた目標の達成状況については、総合戦略を推進していくための民間主体の推進組織「人口減少対策推進会議」から意見を聴取し、PDCAサイクルによる効果検証を行う。

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

	27年度 基準年	28年度	29年度	30年度 最終目標
目標1				
社会移動数（転入数－転出数） （人）	300人	0人	0人	0人
目標2				
県外からの移住者数（件）	117件	150件	200件	250件
目標3				
移住に関する相談件数（件）	135件	150件	170件	190件

目標1

社会移動数については、松山市が毎年1月時点で総務省の住民基本台帳人口移動報告（年報・詳細集計）により把握する。

目標2

県外からの移住者数については、松山市が毎年3月31日時点で市の移住相談窓口等で把握した移住者数を集計する。

目標3

移住に関する相談件数については、松山市が毎年3月31日時点で市の移住相談窓口等で把握した移住者数を集計する。

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

松山市が、計画期間中及び計画期間終了後に、市HPにおいて公表する。